

The background is a solid black field. Scattered across it are several diagonal, brush-like strokes of various colors and textures. These include shades of blue, purple, pink, red, and orange, as well as darker, more granular or metallic-looking textures in shades of grey, black, and brown. The strokes vary in width and intensity, creating a sense of movement and artistic expression.

ひとりひとりの輝きで、
世界にキレイと感動を。

社長メッセージ

化粧品を創り、お届けすることは、人に自信と勇気を与え、世の中を明るくすることができる夢のある仕事です。

「正しきことに従う心」「最高よりも最良を」これらは、創業者である故・小林孝三郎の言葉です。当社が創業期から今日まで企業として成長できた要因の一つは、この言葉のように、真摯に「化粧品」と向き合い、良い商品を提供することでお客さまに心から喜んでいただくため、前例や常識にとらわれず果敢にチャレンジを続けてきたことであると感じています。

化粧品には、人を美しくし、健やかにするという役割や機能があります。

その“美しさ”とは、外見だけではありません。その人自身が持つ内面的な美しさを引き出すことも、化粧品の役割の一つだと考えます。我々の使命は、常に人の“美しさ”とは何かを求め続け、新しいことにチャレンジしていく勇気と行動力を持ち、その“美しさ”のために限りない情熱を注ぐことだと考えています。化粧品づくりは、人に自信と勇気を与え、世の中を明るくすることができる夢のある仕事です。

近年、日本の化粧品が世界のお客さまに高く評価され、当

代表取締役社長
小林 一俊

Kobayashi



社の化粧品も、多くの地域で愛用いただいています。今後も世界のお客さまに、もっと多様な“美しさ”が叶える感動や幸せを届け、広げていきたいと考えています。商品やサービスを通じた体験価値やQOLの向上はもちろん、モノづくりを担う企業として、原材料の調達から使い終わった容器の行方に至るまで、人と地球の「サステナビリティ」にきちんと配慮していくことも含め、より深く広い視点で本当の「価値」を追求し、社会に提供する企業となることを目指しています。

こうして広く社会に愛され、信頼される企業となるため、志を共有する仲間力がもっと必要です。年齢や経験を問わず多様な才能が集うことで、前例や常識にとられない発想や果敢なチャレンジが、新しいモノやコトを生み出す原動力となるものと期待しています。そのため、社内外の壁を超えたコミュニケーションや、ひとりひとりの個性や能力を存分に発揮できる仕組みづくりに取り組んでいます。新たな“美しさ”を生みだし、社会に広げていく楽しさを、ぜひ一緒に味わっていただきたいと思います。

存在理念

英知と感性を融合し、独自の美しい価値と文化を創造する。

目指す姿を実現する3つの強み

Our Strength

研究開発

コーセーは最先端科学を背景とした研究開発力の強化を追求し、革新的な新商品を数多く生み出しています。その原動力は、従業員の挑戦やアイデアを引き出すコーセーならではの自律した組織づくりにあります。

独自のブランドマーケティング

コーセーは短期的な視座に陥ることなく、大胆な変革も含め、長期的な視点でのブランド育成を大切にしてきました。その結果、移り変わりの激しい化粧品市場にありながらロングセラーブランドを多数保有しています。

品質へのこだわり

コーセーは創業時より、原材料の調達から製造に至るまで品質管理を徹底し、最良の化粧品づくりに情熱を注いできました。お客さま視点の品質改善活動や、品質保証体制などにより、コーセーの品質力は世界でも高く評価されています。

VISION 2026

世界で存在感のある企業への進化

世界に通用する多様なブランドと人材を保有する企業

コーセーを愛する人たちを広め、そこで働く者が誇りを持てる企業

世界に“先取り”して“独自の価値”を創出し続ける企業

“ひとりひとりのきれいを”追求する企業

価値創造の軌跡

創業～1960年代

高品質な化粧品を創出

1946

3月2日、小林孝三郎がコーセーの前身・小林合名会社を東京都北区王子に設立。



1954

ビューティコンサルタント(BC)の前身となる初代コーセービューティシャン誕生



1970～1990年代

時代に新たな美しさをもたらす

1970

高級品専門ブランド「コスメデコルテ」を発売



1985

和漢植物エキスを配合した「雪肌精」発売



1991

創業45周年を迎え、CIを導入。株式会社コーセーに社名を変更し、企業ロゴも刷新した。



2000～2020年代

新たな価値を世界中のお客さまへ

2000

株式の店頭公開から1年後、東京証券取引所市場第一部に上場した



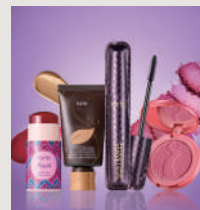
2009

環境保全プロジェクト「SAVE the BLUE」がスタート



2014

米国の化粧品会社 Tarte, Inc. を子会社化



2017

- 株式会社ミルボンと資本業務提携
- 群馬工場の新生産棟が稼働を開始



2019

- 3月に「コーセー先端技術研究所」を竣工
- コンセプトストア「Maison KOSÉ」を銀座にオープン



2020

- コーセーマルホファーマ株式会社 設立
- コスメデコルテ ブランド誕生50周年
- フラッグシップストア「Maison KOSÉ」を表参道にオープン

2021

- 創業75周年 多様な美を受け入れる姿勢を表明した「あるがままのきれいを、愛そう」をメッセージ
- 「コスメデコルテ」でオンラインカウンセリングスタート

2022

- キッザニア東京に「ビューティストアジオ」をオープン

お客さまの多様な価値観に応えるブランド群

コーセーでは、魅力あるブランド価値を創造するために、「英知 (Intelligence)」と「感性 (Sensuousness)」をキーワードとした化粧品づくりを目指しています。現在は、多彩で独自性の高い「インディヴィデュアルブランド」と、社名を冠した「コーセーブランド」からなる2つのブランド群によって、お客さまのさまざまなニーズに対応。さらに、多くのブランドを海外展開し、グローバルな存在感を確立しています。

HIGH-PRESTIGE Brands

最高のクオリティを、
最高のサービスで

コーセーの最先端の技術を結集して創り上げた、最高のクオリティを持つ高級ブランドにふさわしい化粧品専門店や百貨店などで展開しています。専門的な教育を受けたビューティコンサルタント (BC) が、きめ細かなカウンセリングを通して商品を紹介、提供しています。

PRESTIGE Brands

より多くの方に、
付加価値の高い化粧品を

ブランドごとに個性を出しながら、高い付加価値を追求しているブランド群です。化粧品専門店、量販店、ドラッグストア、E コマースなど幅広い販路で展開しています。

COSMETARIES Brands

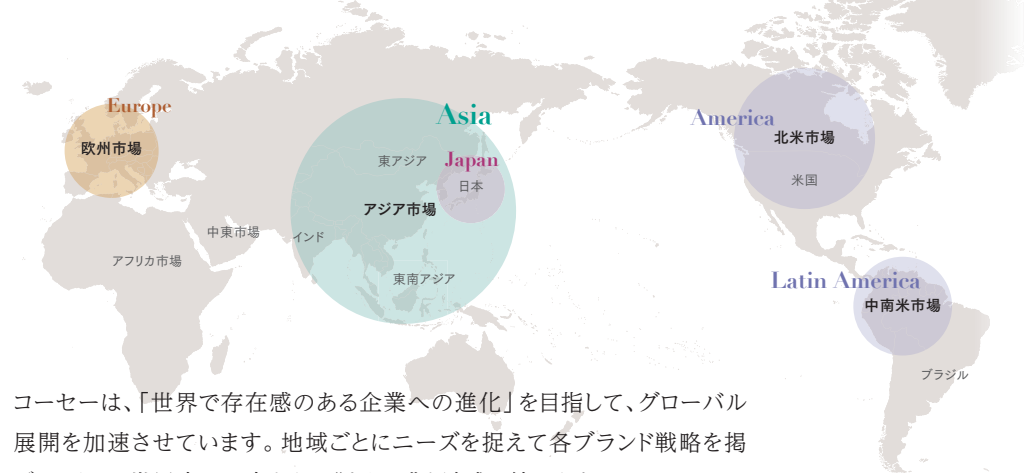
いつもより、少し上質な日常を

化粧品のほか、シャンプーなどのトイレタリー製品も含めて化粧品発想で開発するセルフブランド群で、「コスメタリー事業※」と呼んでいます。量販店、ドラッグストア、コンビニエンスストアなどを通じ、優れた商品を手頃な価格で提供しています。

※「コスメティック」+「トイレタリー」の造語

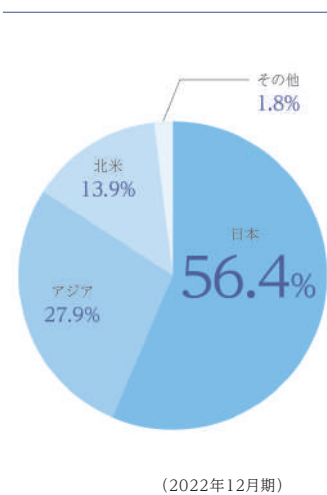


挑戦を続けるグローバル戦略



コーセーは、「世界で存在感のある企業への進化」を目指して、グローバル展開を加速させています。地域ごとにニーズを捉えて各ブランド戦略を掲げることで、世界中のお客さまの“きれい”を追求し続けます。

地域別売上高構成比



Global

グローバルでの存在感拡大と
さらなる顧客体験の追求

戦略的投資による重点グローバルブランドへさらなる注力と
認知度向上、ターゲット層拡大を目指す

Gender

ジェンダーレス商品の展開によって
化粧品の利用を拡大

多様な価値観を提案し、より細やかで、
かつ幅広い潜在ニーズを引き出してお客さまづくりを促進

Generation

年代や性別を限定しない美を社会に提案

お客さまの対象を幼少期から高齢世代まで拡大し、
幅広い層のお客さまへのアプローチを推進

イノベーションを生み出す 人材育成に向けて

前例や常識にとらわれない発想とイノベーション志向にあふれ、
常に創造思考を持って活躍できる人材の育成を目指しています。

人材公募制度

部門が異動希望者を募り、それに対して社員が挑戦できる制度。

自己申告制度

毎年従業員ひとりひとりが現在の職務・職場の状況や将来の
希望進路を記入し、会社に出す。自分の想いを伝えることができ
ます。

通信教育制度

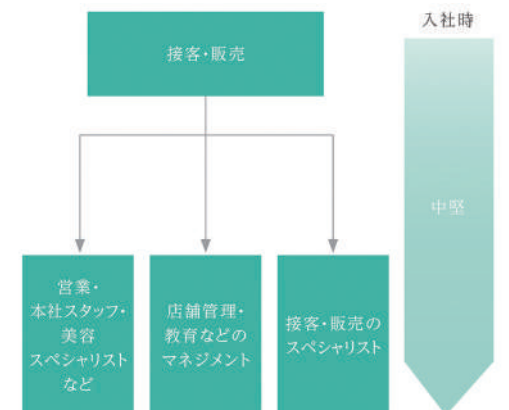
自分磨きを頑張る従業員を応援するため、カラー検定やビジネ
ススキル、語学など、幅広いコースの通信教育を受講でき、会
社が受講料を半額負担します。

Link (Leadership and Innovation program for New KOSÉ)

次世代を担う従業員の熱意やチャレンジ精神をベースに、お客
さまや社会が抱える課題を解決することを目的としています。
社内のアセットとスタートアップなどの最新技術や斬新なアイデ
アを活用することにより、新しい商品・サービスの創出および事
業化に取り組んでいます。

ビューティコンサルタントの キャリアデザイン

店頭などで活躍するビューティコンサルタントに対しては、販売職
としてのスキルアップはもちろん、将来的に教育職や店舗責任者、
営業職、本社スタッフ職 (企画・商品開発ほか) などキャリアパス
の拡充や、働きがいの創出に取り組んでいます。技術力向上に
ついては、研修や教育体系に加え、独自の「コーセーメイクレッ
ス検定」(厚生労働省認定)を取り入れており、BCの技術力向
上に加え、モチベーションアップにも寄与しています。



お客さま “ひとりひとりのキレイ”を 追求する企業として

コーセーには、さまざまな役割を担う部署があり、社員は連携して事業を推進しています。

ひとりひとりの業務内容は異なりますが、互いに協力し合い、支え合い、刺激し合いながら、お客さま“ひとりひとりのキレイ”を追求する企業としてチャレンジを続けています。今もさまざまな部署で、多くの社員が、お客さまの手に届く「その一品」のために、世界各地で、自らの仕事に邁進しています。



文系総合職

アジア事業部(2017年入社)
▶▶ インド・ASEANにある現地法人の経営をサポートしています。

コーセーの商品に携わる多くの人々の「想い」を、 世界の現地スタッフにも伝えることで、 海外でのコーセーファン作りをしています。

現地スタッフの皆が様々な想いを持ちながらコーセーの愛用者を増やすために仕事をしています。そうした現地法人のスタッフの想いに応え、「頼りになるね」「安心して依頼することが出来る」と言われたときは素直に嬉しかったです。

私はコロナ禍でアジア事業部に赴任となり、現地出張になかなか行けない状況が続きました。しかし、文化や考え方も異なる現地ス

タッフとリモートでの打ち合わせを重ねることで各々の想いを感じることができました。そのような様々な想いを感じ取りながら、コーセーの愛用者を増やす為、現地法人をさらに発展させる為に、日本から何ができるのか考え、行動に繋げることにやりがいを感じます。



Message

就活生のみなさんへ

就活はたくさんの企業を知れる・人と話せる絶好のチャンスです。現在は情報であふれていますが、直接自分の目で見て、耳で聞いて、感じたことを大切にしてください。

IT系総合職

IT技術を活用して、新たな価値創出を目指す仕事です。 デジタルが当たり前である今、会社を支えています！

当IT部門では、ITの技術を用いて、これまでにない新たな価値をお客さまへお届けしています。

コロナウイルスの影響で、十分な店頭カウンセリングができな今、お客さまのご都合に合わせてご自宅に居ながらカウンセリングを体験していただくことができる、新たなオンラインカウンセリングプラットフォームを開発しました。

このように、化粧品を購入されるお客さまに新しい体験や価値をお届けするための新し

いシステムの開発がIT部門の大きなミッションの一つです。

また、社内の各部門の業務改革や、さまざまなデータを収集・解析し、その結果を経営に生かす仕組みづくり等、社内のデジタルトランスフォーメーションを主体となって推進しています。

システムの開発はプロジェクト形式で行うケースが多く、社内の関連部門や外部の協力会社と協業しながら進めていきます。

重要なプロジェクトに若手社員を積極的に



起用して設計・開発を進めるなど、若手でも裁量を持ってチャレンジできるやりがいの大きい体制をとっています。

文系総合職

コンシューマーブランド事業部(2015年入社)
▶▶ ブランドの方向性や販促プロモーションの企画・立案を担当。

常にお客さま目線を忘れずに、 チームの力を結集させた商品を送り出しています。

プロモーション企画は、社内外問わずたくさんの人の協力のもと、一人でも多くのお客さまに商品をお届けするための施策や売れる仕組みをつくるマーケティング職です。特に宣伝広告の手法や訴求について考える宣伝、ブランドの方向性を考える商品企画とは関わりが深いです。さらには、商品開発、研究、さらに購買、生産、商品を企業に売り込んでくれる営業、ビューティコンサルタントの教育チーム……など、挙げてみると本当にたくさんの人に支えられて業務が成り立っていると

実感します。過去の経験より、プロモーション企画は周囲の方々を巻き込んで一緒に目標に向かっていくことが大切だと考えています。関連部署に「この商品は売れる!」、販売店様には「この商品を売りたい!」と思ってもらえるように普段から周囲との関係を良好に築き、商品の良さをダイレクトに伝えられるように努めています。これからも関わる多くの人たちと積極的にコミュニケーションをとりながら、ブランドの熱狂的なファンづくりをしていきたいと考えています。



Message

就活生のみなさんへ

就職活動は、過去と未来の自分を見つめられる、貴重な機会です。好きなことや面白いと感じるもの、楽しいと感じる瞬間、また、自分がなぜそう思うのか、理由を考えてみてください。

研究開発系総合職

スキンケア製品研究室(2021年入社)
▶▶ ヘアケア商品の製剤開発や、毛髪に関する研究を担当。

ものづくりの過程で、 自分のアイデアを形にできる喜びを感じています。

入社の決め手は楽しそうに働く先輩方を見て「私もここで働きたい!」と直感的に思ったのと、自分の考えややりたいことを声にだせる雰囲気があったからです。私は高校時代から化粧品の研究者になりたいと考え、大学では化粧品に含まれる成分の安全性評価に関する研究を行っていました。入社後は消費者や本社に近い、製品を作る側の仕事をしたいと考え、製品研究室を希望し、現在主にヘアケア製品の開発に携わってい

ます。業務内容としては、本社の企画や商品開発の方々と打ち合わせを重ね、製品の目標品質に到達するまで何度も検討を重ねます。安定性、安全性、防腐などに留意しながら、処方を決定していきます。製品に自分らしさや思いを込めることができるのが製品研究室の楽しさだと思います。



Message

就活生のみなさんへ

私は、コーセーの社員と話した際に自分の興味のあることに挑戦できそうと感じ、選ぶきっかけとなりました。ぜひ色々な方とお話していただき、雰囲気や興味が自分に合うかを見極めてください。

ビューティコンサルタント職

首都圏東支店(化粧品専門店)(2018年入社)
▶▶ 接客を通じてひとりひとりの悩みに寄り添い、お客さまの「キレイ」をお手伝い。

お客さまひとりひとりとコミュニケーションをとり、 愛され信頼されるビューティコンサルタントを目指し活動しています。

笑顔を絶やさずイキイキと働き、話を丁寧に聞いてくれる先輩方にお会いし、私も一緒に働きたいと思いコーセーに入社を決めました。今は、EC販売やSNSの発展により、欲しい情報や商品を簡単に手に入れられる時代です。それでも「実際に商品を見て納得して買いたい」「ネットでは分からないアドバイスが欲しい」と相談に来て下さるお客さまがいっぱいます。お客さま一人ひとりのお話にしっかりと耳を傾け、その方に合ったアドバイスをし、

納得してお求め頂くために心に寄り添う接客を心がけています。

化粧品は、見た目だけでなく内面まで美しくしてくれるものです。お客さまが自分らしく、より美しくなるためのサポートができるこの仕事にとてもやりがいを感じています。

これからも《美容のプロ》としての意識を持ち、知識や技術などに対して常に学びの姿勢を持ち続け、お客さまの「キレイ」をお手伝いしていきたいです。



Message

就活生のみなさんへ

コーセーには、優しく手を差し伸べ、成長を見守ってくれる方が沢山います。少しでも化粧品業界に興味のある方はチャレンジしてみてください。自分らしさを大切に、焦らず頑張ってください。

環境保全プロジェクト 「SAVE the BLUE」

コーセーの企業メッセージ「美しい知恵 人へ、地球へ。」を体現する取り組みの一つとして、2009年から夏のキャンペーン期間中にお客さまにご購入いただいた「雪肌精」ブランドの対象商品の容器の底面積に相当するサンゴ育成活動費用を沖縄の地域団体に寄付し、養殖サンゴの植え付けに役立っています。

2022年度から開始した冬季キャンペーンでは、売上の一部を長野県の「Hakuba Valley」で使用される電力の再生可能エネルギーへの切り替えに活かし、CO2排出削減に貢献しています。私たちは今後も、サステナブルな社会の実現を目指し、地球環境保全活動を支援していきます。



プロジェクトがスタートした2009年以来、毎年確実にサンゴの森が広がっています。

コーセー

イクパパサポート制度の導入

育児において父母双方が同等にかかわる環境づくりが重要と考え、女性従業員への支援に加え、男性従業員への支援体制を整えています。2020年度には、男性育児休業の取得を促進すべく、「コーセーイクパパサポート制度」を導入し、当事者や上司へ直接アプローチして取得に向けたフォローを行うとともに、育児休業取得支援金を支給するなど、コーセー独自の取り組みを行っています。2022年度においては、女性の育児休業取得率は100%、男性の育児休業取得率は国内グループ会社で94.2%、『コーセーイクパパサポート制度』を導入している国内グループ会社においては、男性育児休業取得率83.0%を達成しています。

※ 株式会社コーセー、コーセー化粧品販売株式会社、コーセーコスメポート株式会社、コーセーインダストリーズ株式会社

キッザニア東京に

「ビューティスタジオ」パビリオンを出展

「きれいを、もっと自由に」をコンセプトに、子どもたちがそれぞれ持つ感性を育み、「きれい」にまつわる多様な価値観に触れながら、化粧品や美容が持つ、心を明るくするような楽しさを得られる職業体験を提供しています。

スポーツ振興への取り組み

コーセーは、人々のQOL向上に役立てるため、健康的な日常生活に重要な「スポーツ」の振興支援に取り組んでいます。中でも「美」「芸術性」「ファッション性」などの要素を含む各種スポーツ競技において、美を創造する化粧品企業として、競技団体や選手個人への協賛や支援を、さまざまな側面から継続的に行っています。



アーティスティック
スイミング日本代表
メイク講習会



フィギュアスケートの紀平梨花選手



D.LEAGUEに出場する
KOSÉ 8ROCKSの選手

- 2006年～
 - ・(財)日本スケート連盟とオフィシャルパートナー契約
 - ・(財)日本水泳連盟のアーティスティックスイミング日本代表(マーメイドジャパン)とオフィシャルスポンサー契約
- 2012年～
 - 国際スケート連盟とオフィシャルパートナー契約
- 2016年～
 - 女子プロゴルファー、女性ランナー(選手個人)の支援
- 2018年～
 - 公益財団法人全日本スキー連盟(SNOW JAPAN)とオフィシャルスポンサー契約
- 2019年～
 - 日本障害者スキー連盟と初の「ゴールドパートナー契約」
- 2020年～
 - ・日本発のプロダンスリーグ「D.LEAGUE」に参画
 - ・公益社団法人日本ダンススポーツ連盟が運営するブレイクダンス本部へ協賛



株式会社コーセー

事業内容 化粧品の開発・製造および販売
創 業 1946年3月
代 表 者 代表取締役社長 小林一俊
<https://www.kose.co.jp/company/ja/>
最新の情報については当社ウェブサイトをご覧ください。

詳しい採用情報はここから

<https://www.kose.co.jp/company/ja/recruit/>
さまざまな職種で活躍中の社員のインタビューを公開中。
コーセーのキャリアについてもっと知りたい方はぜひご覧ください。
ビューティコンサルタントはコーセー化粧品販売株式会社の採用となります。

